Informačný list predmetu

Akademický rok 2026/2027

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FF UCM
Kód predmetu	KGER/bdOdbJa3-AJ/22
Názov predmetu	odborny# jazyk III
Rozsah	4S
Počet kreditov	5
Vyučujúci	PhDr. Ján Demčišák, PhD., univ. doc. (prednášajúci), doc. PaedDr. Monika Hornáček Banášová, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Absolvovanie písomného testu. Klasifikačný stupeň bude určený na základe stupnice (v %): A (100 – 92), B (91 – 83), C (82 – 74), D (73 – 65), E (64 – 56), Fx (55 a menej).

Výsledky vzdelávania

vedomosti: Študent chápe základom javom marketingu, marketingových stratégií a marketingového výskumu. Pozná teórie trhu a jeho fungovania, rozumie princípom ponuky a dopytu, marketingového mixu, produkčnej, sortimentovej a cenovej politiky a fungovaniu reklamy, fungovaniu obchodných vzťahov, rozumie dodávateľsko-odberateľskými a kúpno-predajným vzťahov, pozná možnosti financovania podnikania.
zručnosti: Študent dokáže prečítať odborný text z oblasti marketingu a obchodných vzťahov, vie identifkovať odbornú slovnú zásobu a pracovať so slovníkmi.
profesijné kompetencie: Študent dokáže interpretovať, preložiť a pretlmočiť základné myšlienky a terminológiu odborných textov týkajúcich sa teórie trhu a jeho fungovania, otázok ponuky a dopytu, marketingového mixu, produkčnej, sortimentovej a cenovej politiky a fungovania reklamy, fungovania obchodných vzťahov, vystavovania ponúk na základe dopytu, realizácie objednávky, dodávateľsko-odberateľských vzťahohv, podmienok kúpno-predajných vzťahov, financovania podnikania, zahraničného obchodu a medzinárodných foriem podnikov.
prenositeľné kompetencie: komunikačné schopnosti, organizačné zručnosti, interpersonálne schopnosti, supervízne schopnosti.

Stručná osnova predmetu

1. Marketingový mix
2. Produktová politika, sortimentná politika, cenová politika
3. Reklama a reklamná politika
4. Dopty a ponuka (typy, požiadavky a informácie)
5. Spracovanie objednávky, dodanie a platobné podmienky
6. Distribučné kanály a distribuční partneri
7. Kúpna zmluva a porušenia plnenia kúpnej zmluvy
8. Financovanie spoločnosti
9. Zahraničný obchod a financovanie zahraničného obchodu
10. Zmiešané formy spoločnosti

11. Formy medzinárodných spoločností
12. Podnikateľský plán

Sylabus predmetu

1. Marketingový mix
2. Produktová politika, sortimentná politika, cenová politika
3. Reklama a reklamná politika
4. Dopty a ponuka (typy, požiadavky a informácie)
5. Spracovanie objednávky, dodanie a platobné podmienky
6. Distribučné kanály a distribuční partneri
7. Kúpna zmluva a porušenia plnenia kúpnej zmluvy
8. Financovanie spoločnosti
9. Zahraničný obchod a financovanie zahraničného obchodu
10. Zmiešané formy spoločnosti
11. Formy medzinárodných spoločností
12. Podnikateľský plán

Odporúčaná literatúra

BRAUNERT, J. - SCHLENKER W.: 2005. Unternehmen Deutsch Aufbaukurs. Stuttgart: Klett-Verlag. ISBN 3-12-675745-6.
BUHLMANN, R. - FEARNS, A. - LEIMBACHER, E.: 2008. Wirtschaftsdeutsch von A-Z. Kommunikation und Fachwortschatz in der Wirtschaft. Berlin, München: Langenscheidt. ISBN 978-3-468-49869-5.
EISMANN, V.: 2008. Wirtschaftskommunikation Deutsch. Berlin u a.: Langenscheidt. 978-3-468-90465-3.
Gabler Kompatkt-Lexkikon Wirtschaft, 2010. Wiesbaden: Gabler Verlag. ISBN 978-3-8349-0155-2.
ONDRČKOVÁ, E. - LIŠKOVÁ, D.: 2003. Wirtschaftsdeutsch im Unternehmen. Bratislava: Sprint. ISBN 978-8-089-08510-1.

Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu

nemecký jazyk

Poznámky

časová záťaž študenta je 150 hodín, z toho:
prezenčné štúdium (P, S, C): 48 hodín
samoštúdium: 102 hodín